



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### RSC e Marketing

|                       |                                                                                                         |        |       |              |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|--------------|
| Materia               | RSC e Marketing                                                                                         |        |       |              |
| Código                | V03M134V01104                                                                                           |        |       |              |
| Titulación            | Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas e Responsabilidade Social Corporativa      |        |       |              |
| Descritores           | Creditos ECTS                                                                                           | Sinale | Curso | Cuadrimestre |
|                       | 3                                                                                                       | OB     | 1     | 1c           |
| Lingua de impartición | Castelán Galego                                                                                         |        |       |              |
| Departamento          |                                                                                                         |        |       |              |
| Coordinador/a         | López Miguens, María Jesús                                                                              |        |       |              |
| Profesorado           | López Miguens, María Jesús                                                                              |        |       |              |
| Correo-e              | chusl@uvigo.es                                                                                          |        |       |              |
| Web                   |                                                                                                         |        |       |              |
| Descrición            | A materia segue o desenvolvemento dun Plan de Marketing baixo un enfoque de marketing responsable xeral |        |       |              |

## Competencias

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Código |                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| A1     | Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, adoitado nun contexto de investigación.                                                                                                                 |
| A3     | Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos. |
| B1     | Recuperar e analizar información pertinente e oportuna proveniente de fontes diversas en condicións óptimas de custo e tempo                                                                                                                                                                  |
| B2     | Interpretar e dominar destrezas asociados con ese campo.                                                                                                                                                                                                                                      |
| B3     | Demostrar un entendemento sistemático do campo de estudo derivado do entendemento e integración de distintos enfoques teóricos                                                                                                                                                                |
| B5     | Aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornas novas ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo                                                                            |
| B6     | Integrar coñecementos e enfrontarse á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos                                      |
| B7     | Demostrar a capacidade de análise crítica, reflexión, avaliación e síntese de ideas novas e complexas                                                                                                                                                                                         |
| B9     | Comunicar as súas conclusións -e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan- a públicos especializados e non especializados dun modo claro e sen ambigüedades                                                                                                                          |
| B11    | Aplicar os coñecementos á resolución de problemas concretos.                                                                                                                                                                                                                                  |
| C5     | Deseñar e implementar estratexias competitivas coherentes co tamaño empresarial e a contorna, baseándose en vantaxes competitivas resultantes da RSC                                                                                                                                          |
| C7     | Coñecer o concepto, evolución e importancia do Marketing Responsable na estratexia empresarial                                                                                                                                                                                                |
| D1     | Difusión de resultados e conclusións dos estudos, a través de presentacións orais e escritas que aborden ideas relacionadas coa RSC na xestión integral da empresa                                                                                                                            |
| D2     | Manexo de técnicas e ferramentas informáticas e de xestión para obtención de información, tratamento e procesamento de datos, e posterior utilización                                                                                                                                         |
| D4     | Reflexión sobre responsabilidades sociais e éticas                                                                                                                                                                                                                                            |

## Resultados de aprendizaxe

| Resultados previstos na materia                                                                            | Resultados de Formación e Aprendizaxe   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| Comprender as perspectivas estratéxica e operativa do marketing e a súa aplicación en diferentes contextos | A1<br>B2<br>B3<br>B5<br>B7<br>B11<br>C5 |
| Analizar a empresa e a súa contorna e emitir un diagnóstico.                                               | B1<br>B7<br>D2                          |
| Preparar e realizar un informe e unha presentación oral dirixida a unha audiencia determinada.             | B9<br>D1                                |
| Avaliar diferentes situacións éticas e sociais.                                                            | A3<br>B6<br>B7<br>C5<br>C7<br>D4        |

### Contidos

| Tema                       |                                                        |
|----------------------------|--------------------------------------------------------|
| 1. O marketing responsable | Definición                                             |
| 2. O plan de marketing     | Definición<br>Contido e estrutura do plan de marketing |

### Planificación

|                   | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|-------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Lección maxistral | 5             | 4                  | 9            |
| Traballo tutelado | 15            | 36                 | 51           |
| Presentación      | 5             | 10                 | 15           |

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

### Metodoloxía docente

|                   | Descrición                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Lección maxistral | SESIÓN MAXISTRAL PARTICIPATIVA: Exposición por parte do docente dos contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e/ou directrices dun traballo, exercicio ou proxecto a desenvolver polo alumno. Requírese a participación activa do alumnado. Recoméndase ao estudante que traballe previamente o material entregado polo profesor e que se consulte a bibliografía recomendada para completar a información co fin de seguir as explicacións e participar activamente nas cuestións e preguntas suscitadas ao longo das sesións de aula. |
| Traballo tutelado | TRABALLO TUTELADO. O estudante, de maneira individual ou en grupo, elabora un documento sobre a temática da materia ou prepara proxectos, seminarios, investigacións, memorias, ensaios, resumos de lecturas, conferencias, etc. Actividade autónoma do alumnado que inclúe a procura e recollida de información, lectura e manexo de bibliografía, redacción...                                                                                                                                                                                         |
| Presentación      | PRESENTACION. Exposición por parte do alumnado ante o docente e/ou un grupo de estudantes dos resultados dun caso, traballo, ... de maneira individual ou en grupo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

### Atención personalizada

| Metodoloxías      | Descrición                                                                        |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| Traballo tutelado | Atenderanse as dúbidas que poidan xurdir ao alumno no desenvolvemento da materia. |

### Avaliación

| Descrición                          | Cualificación  | Resultados de Formación e Aprendizaxe |    |    |  |
|-------------------------------------|----------------|---------------------------------------|----|----|--|
| Traballo tuteladoTRABALLO TUTELADO. | 70<br>A1<br>A3 | B1                                    | C5 | D2 |  |
|                                     |                | B2                                    | C7 | D4 |  |
|                                     |                | B3                                    |    |    |  |
|                                     |                | B5                                    |    |    |  |
|                                     |                | B6                                    |    |    |  |
| Presentación                        | 30             | B7                                    |    |    |  |
|                                     |                | B11                                   |    |    |  |
|                                     |                | B9                                    |    | D1 |  |

## Outros comentarios sobre a Avaliación

O MAiE segue un sistema de avaliación continua. Alternativamente ao sistema de avaliación continua, o estudantado poderá optar a ser avaliado cun exame final que avaliará tanto os coñecementos teóricos como prácticos impartidos na materia a realizar nas datas establecidas nas convocatorias oficiais e que suporá o 100% da cualificación.

As datas dos exames poderanse consultar na web do MAiE (<http://maiersc.webs.uvigo.es/>).

Observación: Calquera evidencia de traballos e probas plaxiados ou copiados suporá unha cualificación de suspenso nas dúas convocatorias.

## Bibliografía. Fontes de información

### Bibliografía Básica

Cutropía, C., **Plan de marketing: paso a paso.**, 2ª ed., Esic, 2005

Kotler, P.; Armstrong, G., **Marketing**, Pearson Educación, 2012

Kotler, P.; Kartajava, H.; Setiawan, I., **Marketing 3.0**, LIP Editorial Empresarial, 2011

Sainz de Vicuña-Ancín, J. M., **El plan de Marketing en la práctica**, 18ª ed, Esic, 2013

### Bibliografía Complementaria

Alonso, M.I., **El plan de marketing digital.**, Pearson-Prentice Hall., 2008

Cutropía, C., **El plan de marketing: cómo elaborarlo con ayuda informática.**, 3ª ed., Esic, 2000

De Jay, R., **Prepare un buen plan de marketing en una semana.**, Gestión 2000, 2001

Martin, D.; Schouten, J., **Sustainable Marketing**, Prentice Hall, 2012

Rauflet, E.; Lozano, J. F.; Barrera, E.; García, **Responsabilidad Social Empresarial**, Pearson Educación, 2012

Silos, J.; Galiano, J.P., **Informe Forética 2011. Evolución de la responsabilidad social de las empresas en España**, 2011

Velasquez, M., **Ética en los negocios**, Pearson Educación, 2006

## Recomendacións

### Materias que continúan o temario

Información e Comunicación da RSC/V03M134V01106

### Materias que se recomenda ter cursado previamente

A Responsabilidade Social na Empresa/V03M134V01101

Marketing Responsable/V03M134V01105

## Plan de Continxencias

### Descrición

As metodoloxías docentes e de avaliación propostas considéranse axeitadas ante unha posible situación excepcional derivada da evolución do COVID-19, trasladándose ao Campus Remoto e/ou á Plataforma de Teledocencia Moovi. En canto ao mecanismo non presencial de atención ao alumnado (titorías), nesa situación, realizarase a través do correo electrónico e/ou o Campus Remoto.